



être attentif...

.... aux attentes de nos clients, de nos collaborateurs et de l'ensemble de nos parties prenantes, en nous assurant que nos services sont délivrés et utilisés de manière responsable et qu'ils contribuent à améliorer la vie des personnes.

bilan 2008			
Objectifs publiés dans le rapport 2007	Échéance	Statut	Principales réalisations 2008
sécurité et protection des données privées			
Déployer le Système de Management de la Sécurité dans les grands pays et poursuivre le reporting Groupe	2008-2009	●	Système de Management de la Sécurité fondé sur la norme ISO 27001 déployé dans l'ensemble des entités du Groupe.
Collaborer avec les principales parties prenantes concernées pour développer des normes en matière de liberté d'expression et de confidentialité des données privées	2008	●	Participation à un groupe de travail avec Business for Social Responsibility. Signature en décembre 2008 de la déclaration des dirigeants d'entreprise en faveur du respect des droits de l'homme, lancée à l'occasion du 60 ^{ème} anniversaire de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme.
Définir des lignes directrices Groupe pour la publicité et les réseaux sociaux	2008	◐	Signature de la charte de l'Union des Annonceurs en France.
Renforcer la formation des employés à la politique de protection des données privées	2008	●	Organisation d'une campagne de sensibilisation interne sur la sécurité des données, relayée dans 118 pays du Groupe, en 8 langues.
qualité de service			
Poursuivre le déploiement du programme Simplicity+ dans les pays en ouvrant de nouveaux centres de test en Espagne, Jordanie, Egypte et au Royaume-Uni.	2008	◐	Ouverture de centres de test clients (CTC) à Madrid et en Egypte qui s'ajoutent aux trois CTC existants en Pologne et en France.
Poursuivre le déploiement des plans d'actions destinés à améliorer la qualité de service	2008	●	Baisse du taux d'appels clients vers les centres d'assistance technique de -10% en moyenne pour les 4 pays principaux (avec -3% pour la téléphonie fixe, -20% pour le haut débit et -9% pour le mobile).
relations sociales			
Finaliser la mise en place du Comité de Groupe Monde	2008-2009	◐	Poursuite des négociations avec les partenaires syndicaux en vue de créer une instance de dialogue social au niveau mondial d'ici fin 2009.
développement des compétences			
Poursuivre le déploiement du programme act: dans toutes les entités	2008-2009	●	Mise en place d'un référentiel métier unique pour le Groupe (disponible en 4 langues). 14 000 mobilités internes vers les métiers prioritaires du Groupe (relation client, innovation & contenus) Augmentation de l'effort de formation avec une moyenne Groupe de 31 h par salarié Mise en place du Group Leadership Model (cf. p. 68).
Formaliser la politique du Groupe en matière de gestion des talents	2008	◐	Actions menées par chaque entité en fonction du contexte local.
santé sécurité			
Poursuivre la définition du cadre de référence Groupe en matière de management de la santé-sécurité	2008-2009	●	Cadre de référence santé-sécurité Groupe élaboré avec l'implication des différentes filiales.
Mettre en place un reporting central pour tous les accidents majeurs et mortels concernant nos collaborateurs, sous-traitants et visiteurs externes intervenant sur nos sites	2008	●	Définition de 9 indicateurs clefs de performance en matière de santé-sécurité. Reporting semestriel lancé en 2008. Mise en place d'une procédure de déclaration d'accidents graves au siège du Groupe ☑.
diversité			
Formaliser la politique Groupe en matière de gestion de la diversité	2008	●	Politique formalisée ☑. Révision du processus de recrutement en France pour s'assurer de l'absence de discriminations implicites ☑.
protection des mineurs			
Poursuivre la diffusion du guide parental dans tous les pays	2008	◐	Guide parental diffusé dans toutes les entités européennes du Groupe.

bilan 2008			
Objectifs publiés dans le rapport 2007	Échéance	Statut	Principales réalisations 2008
Mettre en place dans toutes nos entités les mesures recommandées par le cadre de référence européen pour un usage plus sûr du téléphone portable par les enfants et jeunes adolescents	2008-2009	●	Déploiement engagé dans toutes les entités européennes (cf. p. 64-65). Signature d'un code de conduite national dans la plupart des entités européennes (dont Royaume-Uni☑, Espagne☑, Pologne☑ et Roumanie☑).
Mettre en œuvre les recommandations de l'alliance GSMA pour la lutte contre la pornographie infantile	2008-2010	◐	Travail lancé depuis février 2008 pour déployer les mesures prévues dans les entités du Groupe (cf. p. 64-65).
Définir des plans de déploiement des filtres internet dans tous les pays	2008	◐	Sélection d'une solution technique de filtrage. Mise en place de filtres et/ou du contrôle parental en cours dans les différentes entités (cf. p. 64-65).
Mener des actions d'information des enseignants sur un usage sûr d'internet dans toutes nos entités européennes	2008	●	France Télécom est un membre fondateur de l'initiative européenne "Teach Today" qui met à disposition des enseignants des outils de sensibilisation des élèves à un usage sûr des nouvelles technologies.
marketing responsable			
Mettre en place dans toutes nos entités européennes un site internet dédié au bon usage des services	2008	◐	Mise en place de sites dédiés en France, au Royaume-Uni, en Pologne et en Slovaquie
ondes électromagnétiques			
Finaliser la définition des plans d'actions OEM* dans tous les pays	2008	●	Plan d'actions local défini dans tous les pays (dont en France☑, au Royaume-Uni☑ et en Espagne☑). Réseau de correspondants OEM* en France, Suisse, Royaume-Uni, Belgique, République Dominicaine, Slovaquie, Roumanie, Pologne, Jordanie, Egypte, Côte d'Ivoire, Sénégal, Espagne☑. Mise en place d'un processus pour répondre aux plaintes sur les antennes relais, notamment en France☑, au Royaume-Uni☑ et en Espagne☑.
Mettre en place une cellule veille Groupe sur les OEM* pour assurer le même niveau d'information dans tous les pays	2008	●	Veille internationale mise en place et disponible à tous les correspondants pays sur l'intranet
Lancer le site internet Groupe sur les OEM*	2008	●	Site lancé en 2008 : www.orange.com/fr_FR/responsabilite/impacts_sociaux/OEM
achats responsables			
Identifier un correspondant « achats responsables » dans chaque équipe d'approvisionnement locale	2008	●	Selon l'organisation des différentes filiales, les actions sont mises en œuvre par le manager CSR de la filiale et/ou le directeur achat et/ou le correspondant de la zone
Mettre en place une approche structurée et spécifique en Europe et dans les autres pays	2008	◐	Dispositif d'évaluation QREDIC® couvrant tous les achats Groupe (soit 80% des achats totaux) et les contrats locaux en France, au Sénégal, au Royaume-Uni et en Slovaquie.
Poursuivre l'intégration de la clause éthique et environnement dans les contrats locaux	2008	●	Mise à jour de la clause pour améliorer sa compréhension par les fournisseurs et lister les 5 conventions de l'OIT* sur le non travail des enfants, le non recours au travail forcé et à la discrimination. Nouvelle clause diffusée à toutes les filiales en octobre 2008☑.
respect des droits de l'homme			
Développer la concertation avec les parties prenantes concernées par les droits de l'homme pour mieux comprendre les risques liés aux technologies de la communication	2008	●	Participation à un groupe de travail avec Business for Social Responsibility. Signature en décembre 2008 de la déclaration des dirigeants d'entreprise en faveur du respect des droits de l'homme



Objectif atteint



Projet en cours



Objectif non atteint, projet annulé ou repoussé

☑ élément revu par Deloitte

déployer notre politique de sécurité

nos ambitions :

- améliorer en continu le niveau de sécurité au sein du Groupe en s'appuyant sur notre système de management de la sécurité
- assurer la sécurité de nos offres et la confidentialité des données privées
- fournir à nos clients des solutions et conseils pratiques pour protéger leurs données

une Politique de Sécurité Globale

La Politique de Sécurité Globale (PSG) du Groupe vise à améliorer le niveau de sécurité de l'entreprise afin de réduire les risques et de limiter les impacts des sinistres et des crises. Elle contribue également à lutter contre la fraude, et plus généralement, à être en conformité avec les lois et règlements applicables, dont la loi américaine Sarbanes Oxley et la Loi de Sécurité financière en France.

Elle comprend et coordonne trois domaines :

- la sécurité de l'information,
- la santé et la sécurité des personnes,
- la sécurité environnementale.

Elle s'applique à l'ensemble du Groupe, maison-mère et filiales consolidées.

un système de management de la sécurité déployé dans toutes les entités

Un Système de Management de la Sécurité (SMS), fondé sur l'ISO 27001, assure la mise en œuvre de la politique sécurité dans toutes nos entités.

Ses objectifs : évaluer les risques, aider les managers à définir les mesures prioritaires pour les risques retenus, former et sensibiliser les collaborateurs pour faire évoluer les comportements, proposer des offres adaptées aux besoins de sécurité.

Le SMS regroupe les trois dimensions de la sécurité et se fonde d'une part sur la déclinaison de la Politique Groupe dans les métiers ou les entités opérationnelles au travers d'une politique sectorielle, et d'autre part sur une réduction des risques de sécurité et de la sinistralité.

Son déploiement dans les entités est piloté par une série d'indicateurs suivis au niveau du Groupe. Le niveau de maturité des SMS de chaque entité fait l'objet d'une autoévaluation annuelle.

une organisation dédiée

Le déploiement du SMS est piloté par une organisation dédiée, répondant aux principes de bonne gouvernance :

- une Direction Sécurité Groupe, rattachée au Secrétariat général, anime et coordonne les actions de sécurité au sein du Groupe. Elle garantit la cohérence d'ensemble sur ses 5 principales missions : définition et déclinaison des politiques de sécurité, veille et reporting, prévention et gestion de crise, relations gouvernementales, communication et business ;
- dans chaque division, un membre du comité de direction assure la prise en compte des actions

de sécurité dans l'entité, assisté par un ou plusieurs coordinateurs opérationnels.

Les entités opérationnelles synthétisent les différentes politiques sectorielles liées aux métiers existant dans leur entité et élaborent les règles adaptées à leur contexte sous forme d'un référentiel. Le pilotage de la sécurité est assuré au niveau de chaque entité métier et de chaque entité opérationnelle, qui en répondent. La direction de la sécurité Groupe s'assure de la conformité à la Politique de Sécurité Globale à travers la boucle d'amélioration continue du SMS.

nos réalisations 2008

prise en compte des risques pays

En 2008, la direction de la sécurité a défini une politique Groupe pour la sécurité physique des personnes confrontées à un « risque pays » (criminalité, terrorisme, situation politique ou sociale, situations de guerre, risques sanitaires et naturels). Elaborée par un groupe de travail transverse, cette politique couvre les collaborateurs dans tous les pays où le Groupe est présent, ainsi que les collaborateurs en déplacement professionnel ou effectuant une période de volontariat en lien avec la Fondation Orange ou l'association Solidarité. Chaque pays est évalué de façon permanente selon une échelle de risques à quatre niveaux. Un site intranet dédié à la sécurité en déplacement a également été mis en place pour permettre aux collaborateurs de s'informer sur les risques liés à leur destination.

quadruple certification pour Orange Business Services

L'International Organization for Standardization (ISO) a accordé à Orange Business Services quatre nouvelles certifications, portant sur :

- la sécurité du réseau IP VPN (ISO 15048) - Orange Business Services est le premier opérateur au monde à obtenir cette certification pour la sécurité de son réseau international ;
- les processus internationaux et le modèle de gouvernance d'Orange Business Services (ISO 20000) ;
- la qualité dans la gestion des comptes-clés et des grands projets internationaux (ISO 9001) ;
- le système de gestion de la sécurité au centre de services du Caire, l'un des trois principaux centres de service clients internationaux du Groupe (ISO 27001).

des services sécurisés pour le client

La dématérialisation des échanges, les processus électroniques internes et externes exigent des niveaux de sécurité très élevés garantissant l'intégrité et la confidentialité des données ainsi que l'identité des personnes.

maîtriser les risques dans nos offres

La méthodologie Time-To-Market de lancement des nouveaux produits et services multi-pays intègre dorénavant la prise en compte des différents risques dès la phase de conception : risques réglementaires, juridiques, de fraude, de sécurité. Une méthodologie similaire s'applique au développement des infrastructures.

Les équipes sécurité sensibilisent régulièrement les chefs de produits marketing aux différents facteurs de risques, et assurent le suivi sécurité au long des développements. En 2008, toutes les solutions multi-pays issues du technocentre et présentant un enjeu de sécurité ont ainsi fait l'objet d'un suivi spécifique. Ce suivi sécurité sera bientôt étendu aux offres mono-pays en France et chez Orange Business Services.

nos solutions de sécurité

Notre gamme de solutions de sécurité s'enrichit de jour en jour, dans le but de faciliter les échanges électroniques tout en les protégeant de bout en bout : sécurisation des postes de travail (PC) et des outils communicants (mobile, assistant personnel de type PDA), sécurisation de l'accès au réseau (internet, réseaux privés virtuels), protection des ressources des entreprises face aux tentatives d'écoute ou de destruction d'informations, détection et anticipation des attaques.

la protection des données privées

La protection des données privées est une attente forte de nos clients. Dans chacune de nos filiales, nous mettons en œuvre les mesures nécessaires pour assurer l'intégrité et la confidentialité des données qui nous sont confiées :

- nous incluons la protection des données dans nos contrats de travail. Nous sensibilisons nos employés aux enjeux de protection des données et exigeons d'eux qu'ils rendent compte immédiatement de tout incident ;
- nous limitons et identifions clairement les personnes autorisées à accéder à nos bases de données ;
- nous contrôlons l'identité des utilisateurs par des moyens d'authentification forte ;
- nous avons mis en place des contrôles de détection et de prévention contre les logiciels malveillants, le dépistage d'attaques de nos systèmes avec traçage de toutes les connexions ;
- nous bénéficions également de systèmes de sauvegarde pour que nos services redeviennent très rapidement opérationnels en cas d'interruption.

Un responsable de la protection des données privées a été nommé au niveau du Groupe.

Un groupe de travail dédié aux enjeux de protection des données privées de nos clients, créé au sein de la direction Recherche et Développement, passe en revue les nouveaux risques et définit des solutions appropriées.

Nos guides de marketing responsable assurent aussi que les données privées ne sont utilisées à des fins commerciales qu'avec l'accord du client. Nous intégrons ces exigences dans les contrats avec nos partenaires commerciaux.

Le Groupe met également à la disposition de ses clients des outils et conseils pratiques pour assurer la protection de leurs données personnelles :

- clients internet particuliers

Notre site dédié aux particuliers www.orange.fr comporte une rubrique d'assistance (sécurité-prévention (<http://assistance.orange.fr/IHD/>)) conçue spécialement pour les sensibiliser aux risques liés à internet, et leur apporter l'aide nécessaire en cas de pollution de leur ordinateur ou téléphone mobile (virus, spam, phishing, spyware,...).

- le blog Sécurité d'Orange Business Services

Consacré à la Sécurité des Réseaux et des Systèmes d'Information, ce blog s'adresse à tous les acteurs de la sécurité et a pour but de dresser un panorama large sur les problématiques de sécurité, les attaques virales, les parades et de permettre aux experts de la sécurité d'échanger sur leurs expériences et leurs meilleures pratiques.

🔗 Pour en savoir plus : <http://blogs.orange-business.com/securite/>.

nos réalisations 2008

lutte contre les spams et virus

Classé encore mi-2007 dans le Top 5 des opérateurs générant le plus de spam sortant (classement mondial établi chaque semaine par TrendMicro), France Télécom a mis en place fin 2007 d'importantes mesures techniques et organisationnelles, ainsi que des accords de suivi avec d'autres fournisseurs d'accès internet (FAI). Ce plan d'actions couplé à celui spécifique au secteur des entreprises a permis à France Télécom de sortir complètement du Top 100 des classements mondiaux des FAI spammeurs.

une protection renforcée des ordinateurs

En 2008, Orange a lancé l'option anti-virus firewall PC. Combinant anti-virus, pare-feu, anti-spam, anti-dialer et anti-spyware, cet outil de protection globale réunit en un seul logiciel tous les modules destinés à garantir une protection permanente des ordinateurs.

lancement de Secure My Device

En novembre 2008, Orange Business Services a lancé à l'échelle mondiale Secure My Device, une solution de sécurité pour PC mobiles, simple et flexible, garantissant aux directeurs informatiques l'intégrité des PC sur le réseau d'entreprise.

répondre aux attentes de nos clients

nos ambitions :

- devenir l'opérateur de référence en matière de qualité de service
- simplifier la vie de nos clients en concevant des produits et services faciles à utiliser, et en proposant des services d'assistance adaptés

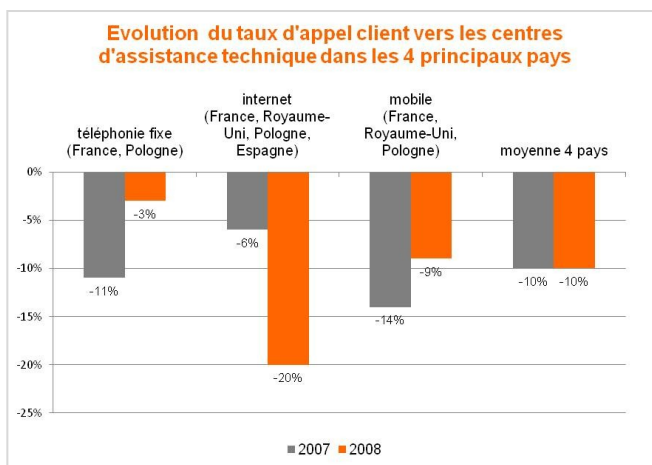
Avec l'évolution des technologies, les nouveaux usages se multiplient dans un univers numérique de plus en plus complexe. Face à cet environnement en évolution permanente, le client attend des services simples, fiables, de qualité et performants. Dans cette optique, Orange fait évoluer ses services clients et ses solutions d'accompagnement tout en veillant à enrichir les compétences de ses équipes.

un suivi attentif de la qualité de service

La qualité des services proposés par le Groupe à l'ensemble de ses clients (particuliers, professionnels ou entreprises) fait l'objet de mesures constantes sur l'ensemble des marchés. Le dispositif, à base de sondages, d'études spécifiques, d'analyse des demandes de clients et de suivi d'indicateurs de performance, donne lieu à des plans d'amélioration ciblés.

une satisfaction en hausse

L'année 2008 a été marquée par une hausse sensible du niveau de satisfaction sur l'internet fixe haut-débit sur les grands marchés du Groupe : France, Royaume-Uni, Espagne et Pologne, notamment sur le segment des grandes entreprises. Sur nos 4 pays principaux, nous avons reçu en moyenne 10% d'appels clients en moins vers nos centres d'assistance technique.



Ce progrès, fruit de la mobilisation d'équipes d'horizons divers (réseau, services clients...), s'est par exemple traduit en France par un taux de satisfaction sur la téléphonie sur internet en hausse de 15 points.

Sur le marché des entreprises, l'ambition d'Orange Business Services est de proposer une expérience

client exemplaire. La satisfaction des clients, gestionnaires ou utilisateurs finaux, est particulièrement suivie. Parmi les objectifs fixés, aucun client ne doit demeurer insatisfait pendant deux trimestres consécutifs.

Le Groupe s'efforce de simplifier la relation au quotidien avec ses clients, notamment par des services d'accompagnement des utilisateurs et des administrateurs, des services d'assistance en ligne, ou la dématérialisation de la facture.

La qualité de service d'Orange Business Services est régulièrement saluée par des prix remis par des organismes indépendants (cf. p. 62).

un dispositif réactif

Les réclamations des clients et l'activité des centres d'appels font l'objet d'une attention particulière.

En France, le nombre de réclamations enregistrées directement ou au travers d'organismes externes s'est une nouvelle fois inscrit en baisse durant l'année. Leur traitement fait l'objet d'un nouveau processus mis en place pour apporter une réponse sous 48 heures.

Dans les centres d'appels, l'effort porte sur la réduction du temps d'attente, notamment au moyen de solutions innovantes, comme les menus interactifs, ou comme le dispositif mis en place avec succès par Orange Suisse depuis décembre : lorsque l'attente est estimée à plus d'une minute, le client peut demander à être rappelé dans les instants qui suivent, ce qui lui évite de rester en ligne.

Par ailleurs, depuis juin, les tarifs des services d'assistance du Groupe en France sont accessibles au prix d'une communication locale (au delà du temps d'attente qui était déjà gratuit).

le choix de la simplicité

Face à la complexité technologique, le Groupe a fait le pari de privilégier la fiabilité et la simplicité de ses offres, et de développer des services d'assistance performants pour accompagner ses clients tout au long de leur parcours d'utilisateurs.

simplicity + : simplifier l'expérience client

Notre programme Simplicity + a pour objectif de s'assurer de la simplicité des produits et services élaborés par le Groupe, avant leur lancement sur le marché.

Des centres de tests clients (CTC) permettent d'évaluer les produits avec le regard du client. Ils reproduisent les conditions de vie quotidienne et

mettent des utilisateurs en situation réelle dans toutes les étapes du parcours client, depuis la souscription jusqu'à la prise en main. La façon dont les clients testeurs utilisent le produit ou service et les éventuelles difficultés rencontrées permettent d'introduire les changements à apporter à une offre avant son lancement pour simplifier la vie des clients, grand public, professionnels ou entreprises. Par ailleurs, des critères liés à la qualité et à la simplicité de service sont intégrés dans notre processus Time-To-Market couvrant les phases de conception détaillée et de développement des produits. Ainsi, la simplicité du parcours client est prise en compte dès la conception des offres.

un accompagnement global

Pour simplifier la vie du client, nous proposons des services d'assistance adaptés, en amont et à toutes les étapes de l'expérience du client, de la conception des produits et services jusqu'à l'acte d'achat : conseil dans le choix d'un appareil ou d'une offre, installation à domicile, assistance informatique, modification d'un forfait par téléphone ou directement sur internet, paramétrage d'un appareil mobile.... Cette logique se traduit aussi dans l'organisation des services clients, comme c'est le cas au Sénégal où les équipes fixe et mobile ont fusionné afin d'offrir une seule entrée qui gère de bout en bout la relation avec le client.

un contact de proximité

Point de contact privilégié avec nos clients, les agences et boutiques contribuent à accompagner nos clients dans la découverte des nouveaux usages. Plus de 200 « espaces services » sont ainsi en place en France. Ils se multiplient aussi en Slovaquie dans le cadre du programme baptisé CS@POS (service client sur le lieu de vente) et ont fait l'objet de premiers tests au Royaume-Uni. Leur mission : fournir aux clients un soutien technique dans un esprit de pédagogie et d'aide à l'usage.

La présence en agence de vrais spécialistes du métier de la vente et du service contribue à une meilleure satisfaction des clients.

Dans un tel contexte, la formation et la compétence pédagogique des salariés des boutiques sont essentielles, notamment au moment des lancements de produits. En France, un programme de certification professionnelle est proposé à l'ensemble des vendeurs (environ 6 500 collaborateurs). La première promotion a été diplômée en 2008. Enfin, la densité des points de vente favorise une proximité accrue avec les clients. Orange est par exemple, en Pologne, l'opérateur qui dispose du plus grand nombre de boutiques en propre (plus de 280 à fin 2008). En Suisse, en Espagne ou au Royaume-Uni, le Groupe accroît le maillage de ses boutiques afin de multiplier les points de contact humains et d'offrir un espace de découverte et d'appropriation de ses services.

nos réalisations 2008

3 nouveaux centres de tests clients

Après la France et la Pologne, trois nouveaux centres de tests clients (CTC) ont ouvert en 2008 en Espagne, en Suisse et en Egypte. En 2008, les deux CTC en France ont permis de faire évaluer 174 produits et offres par des clients pour évaluer leur simplicité.

une qualité de service reconnue

Comme l'an passé, la qualité de service du Groupe a été saluée par plusieurs trophées :

- En novembre 2008, Orange Business Services a été élu pour la troisième année consécutive meilleur opérateur mondial aux World Communication Awards, tandis qu'Orange obtenait le prix de meilleur opérateur mobile.
- En octobre 2008, parmi sept distinctions décernées par Telemark, Orange Business Services a reçu le « World Record Award » qui récompense l'opérateur ayant le plus contribué à « élever le niveau de satisfaction des clients ».
- En octobre 2008, Orange Business Services a obtenu le statut de partenaire Cisco certifié à l'échelle mondiale « Cisco Global Certified Partner » pour la 2ème année consécutive. Cette certification mondiale démontre qu'Orange Business Services a atteint les normes les plus strictes en matière de compétence réseau, service et support, satisfaction des clients.
- En France, l'[IFOP](#) et [Viseo Conseil](#) ont décerné à Orange le trophée « service client 2009 » pour la qualité de sa relation clients dans le domaine des mobiles
- Orange a reçu le prix « Technical Mystery Contact Challenge 2008 », attribué par le Groupe [Teleperformance Technical Help](#), leader du support technique en Europe. Il récompense la meilleure assistance technique dans la catégorie des opérateurs mobiles.
- Orange a également remporté la palme du Meilleur Directeur de la Relation Client, décernée à Fabrice André par l'Association Française de la Relation Client.

des services en ligne innovants

En complément des canaux traditionnels, l'aide en ligne est une alternative de plus en plus utilisée. Sur les portails du Groupe, des modules d'assistance guident pas à pas l'internaute de façon à l'orienter jusqu'à la réponse correspondant à sa demande, que celle-ci elle porte sur son contrat, les avantages de son offre ou une demande d'aide. Ces modules sont enrichis de fonctions de mise en relation par téléphone ou par « chat », de vidéos pédagogiques, et de forums thématiques où une nouvelle forme de service est en train de naître. Dans l'esprit du web 2.0, la communauté des clients Orange échange ses expériences ou aide à résoudre les problèmes soulevés par certains d'entre eux.

se mobiliser face aux situations d'urgence

La continuité de service est un engagement fort du Groupe. Notre processus de gestion de crise, formalisé en 2006, assure une réponse rapide et efficace face aux situations d'urgence. Ce dispositif a ainsi montré son efficacité lors de la tempête qui a touché le sud-ouest de la France les 23 et 24 janvier 2009 et causé des dégâts considérables sur le réseau du Groupe. Dès le lendemain de la tempête, le plan de crise national a été déclenché. Sur les 350 000 foyers privés de téléphone et d'accès internet (en grande partie du fait des coupures d'électricité affectant les sites techniques), 100 000 lignes ont été rétablies sous 24 heures et 200 000 lignes supplémentaires sous 48 heures. Dans les trois jours suivant la tempête, près de 4 000 techniciens d'intervention ont été déployés sur le terrain dans les trois régions concernées (Aquitaine, Midi-Pyrénées et Languedoc-Roussillon) pour rétablir les lignes individuelles.

De même, le 19 décembre 2008, France Télécom constate que 3 câbles sous-marins majeurs reliant l'Europe au à la zone Asie/Moyen-Orient ont été rompus et impactent les liaisons téléphoniques et internet. La coupure est localisée en Méditerranée, sur des segments reliant la Sicile à l'Egypte. France Télécom Marine, immédiatement mis en alerte, mobilise l'un des deux navires câblés de maintenance présent sur la zone Méditerranée, le « Raymond Croze », qui appareille dans les 24 heures pour effectuer les travaux de réparation. Dans l'intervalle, le trafic Business-To-Business entre l'Europe et l'Asie a été rerouté pour l'essentiel via les Etats-Unis.



Techniciens de France Télécom en intervention sur le terrain suite à la tempête de décembre 2008



Navire câblé le Raymond Croze

promouvoir des usages sûrs et responsables

nos ambitions :

- protéger les enfants et jeunes adolescents contre les dérives liés aux mauvais usages d'Internet et de la téléphonie mobile
- sensibiliser nos clients au bon usage des services de télécommunication
- adopter des principes de marketing et de communication responsables

Aujourd'hui, les nouvelles technologies de communications permettent plus que jamais d'accéder à toute une variété d'informations, et de les partager encore plus vite.

Ces flux d'information sans précédent sont aussi une source croissante d'inquiétude – exposition à des images indésirables, messages non sollicités, atteinte à la vie privée ou aux sources de revenu. Le Groupe s'engage depuis plusieurs années pour que ses clients profitent en toute sécurité et de manière responsable des produits et services qui leur sont proposés.

la protection des enfants, un enjeu prioritaire

Internet et la téléphonie mobile font partie intégrante de la vie quotidienne des jeunes générations. Les prémunir contre certains usages inconsidérés est un axe fort de notre démarche de responsabilité d'entreprise.

une politique Groupe

Dans le cadre de notre politique de protection des enfants, nous participons notamment aux initiatives menées par le secteur des télécommunications pour

protéger les jeunes utilisateurs contre les dérives liés aux mauvais usages d'internet et de la téléphonie mobile.

Déjà signataire en 2007 du cadre de référence européen pour un usage plus sûr du téléphone portable par les enfants et les jeunes adolescents (European Framework for a Safer Use of Mobile by Young Teenagers and Children), le Groupe a contribué au sein de la GSMA au lancement en février 2008 de l'Alliance mobile pour la lutte contre l'exploitation des enfants (Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content). Cette initiative vise à lutter contre la pornographie enfantine sur internet au travers de trois grands objectifs :

- rendre l'univers du mobile hostile aux individus ou organisations souhaitant accéder, distribuer, acheter ou vendre des images pédophiles,
- créer des barrières efficaces contre le mauvais usage des réseaux mobiles et des services à des fins d'accès, de distribution ou de trafic d'images pédophiles ;
- faire cesser, et renverser, la tendance actuelle d'augmentation des images pédophiles sur internet.

La politique de protection des enfants du Groupe intègre les engagements pris dans le cadre de

le déploiement des mesures de protection des mineurs dans nos entités européennes

	France	Royaume-Uni	Pologne	Espagne	Belgique	Roumanie	Suisse	Slovaquie	Moldavie
sensibilisation	Guide parental	●	●	●	●	●	●	●	○
	Information du milieu scolaire	◐	●	●	◐	◐	◐	●	○
internet mobile	Code de conduite local	●	●	●	●	●	○	●	○
	Classification des contenus	●	●	◐	●	●	●	○	○
	Vérification de l'âge	●	●	◐	●	●	◐	●	●
	Filtre / contrôle parental	●	●	○	●	●	◐	○	◐
autres services	Blocage total de l'accès Internet	●	●	●	○	○	○	●	○
	Contrôle parental pour l'internet via ordinateur	●	●	●	●	●	○	○	○
	Vérification de l'âge pour la TV sur Internet	●	na	◐	●	na	na	na	na
	Modération des forums de discussion	●	●	○	●	○	◐	○	●

● En place ◐ En cours de mise en place ○ Non démarré na non applicable

l'Alliance GSMA et du cadre de référence européen. Elle s'articule autour de six types de mesures :

- des principes de marketing responsable visant à ce que nos campagnes publicitaires et nos plans marketing ne ciblent pas les enfants de moins de 10 ans ;
- la mise en place d'outils de contrôle des accès (vérification de l'âge, filtres, contrôle parental),
- la classification des contenus, permettant d'identifier les contenus pour adultes et les contenus illégaux ;
- la mise en place de procédures permettant aux clients de signaler les contenus illicites, et de bloquer ces contenus ;
- la protection des données privées pour s'assurer que celles-ci ne sont pas utilisées à des fins publicitaires ou pour des services de localisation sans l'accord du client, ou de ses parents si celui-ci est mineur ;
- la sensibilisation du milieu familial et scolaire aux bons usages d'internet et de la téléphonie mobile.

le filtrage des contenus

Des dispositifs de filtrage sont en cours de mise place dans la plupart de nos filiales européennes. Disponibles sur nos services d'internet fixe ou mobile ainsi que pour nos offres de télévision numérique, ils permettent de bloquer l'accès aux contenus inappropriés pour les mineurs.

Nous assurons une modération de tous nos forums de discussion, et mettons en place des dispositifs de vérification de l'âge pour les services en ligne non adaptés aux mineurs.

la sensibilisation du milieu familial et scolaire

Au-delà des mesures techniques, nous poursuivons un vaste programme de sensibilisation des parents, des enfants et du milieu scolaire. Nous avons notamment élaboré des guides fournissant aux parents des conseils simples et efficaces pour permettre aux enfants d'utiliser leur téléphone mobile ou internet en toute sécurité. Ces guides sont aujourd'hui disponibles en sept langues et téléchargeables gratuitement sur les sites de toutes nos entités européennes. Un [dossier animé](#) sur le bon usage du téléphone mobile par les enfants est également disponible sur notre site www.orange.com.

Nous travaillons en partenariat avec des associations spécialisées comme [European Schoolnet](#) ou le [Family Online Safety Institute](#) pour sensibiliser les familles et le milieu scolaire à ces enjeux. Au Royaume-Uni, les « ambassadeurs Orange », employés volontaires, mènent des actions pédagogiques sur les bons usages d'internet et de la téléphonie mobile dans les écoles britanniques. Plus de 4000 élèves ont ainsi été sensibilisés en 2008, et leur retour est très positif.

Un dispositif similaire est en place en Pologne : en 2008, une centaine de bénévoles ont sensibilisé 4000 élèves à l'utilisation sûre d'internet.

nos réalisations 2008

lancement de l'initiative "Teach Today"

Le Groupe France Télécom est l'un des membres fondateurs de l'initiative européenne [Teach Today](#), qui vise à fournir aux enseignants des outils pour sensibiliser les élèves à un usage sûr d'Internet.

Orange Royaume-Uni : « safety online »

Au Royaume-Uni, Orange a réalisé 5 nouveaux clips vidéo baptisés « safety online » pour permettre aux enseignants de sensibiliser les jeunes adolescents à une utilisation sûre et responsable d'internet. Ces clips ont été diffusés dans 54% des écoles secondaires du pays. Ils ont reçu deux prix des IVCA Clarion Awards, trophée récompensant les meilleures actions de communication en faveur de la responsabilité sociale de l'entreprise et du développement durable. Orange a également lancé une étude intitulée « Internet Years » visant à montrer le fossé numérique entre parents et enfants face à Internet. Avec plus de 40 000 réponses, c'est la plus vaste étude menée dans le pays sur les usages d'Internet. Les résultats ont été présentés devant un panel de parties prenantes, en présence d'organisations clefs comme le [Family Online Safety Institute](#), l'[Ofcom](#) (Office of Telecommunication), le [Department for Children, Schools and Families](#) et le [Child Exploitation and Online Protection Centre](#).

Pologne : aider les parents à protéger leurs enfants

Notre filiale polonaise TP a réalisé en septembre 2008 avec l'aide de [Nobody's children Foundation](#) une étude sur internet et la sécurité des enfants. Elle montre que les parents sont souvent démunis quant à l'utilisation d'internet, et que leurs enfants en savent bien plus qu'eux. Pour y remédier, TP a publié une brochure "Médias sans danger". Disponible gratuitement dans tous les points de vente TP, elle a été distribuée à plus de 2 000 exemplaires aux Fédérations de consommateurs du pays. Une vaste campagne s'est déroulée tout le mois de novembre 2008 avec la projection de 3 spots télévisés. Cette campagne a reçu un très bon accueil dans le pays, tant par le régulateur que par les associations de protection des consommateurs.

Slovaquie : nouvelle campagne de sensibilisation

En 2008, Orange Slovaquie a reconduit avec l'aide d'un institut de sondage une étude sur l'usage des téléphones mobiles par les enfants. Une vaste campagne de sensibilisation a été menée dans les écoles, avec la participation de psychologues formés par Orange. A cette occasion, la brochure « Ce que les parents doivent savoir » a été mise à jour et largement diffusée. Un site Web éducatif sur le bon usage des technologies de l'information et de la communication a été mis en place sur www.oskole.sk.

la lutte contre le « cyber-harcèlement »

Le « cyber-harcèlement » consiste à harceler un élève par email ou SMS* interposé. Ce phénomène, en plein développement dans les écoles, peut avoir de graves conséquences pour les victimes. Plusieurs filiales du Groupe sont impliquées dans des actions de lutte contre le cyber-harcèlement : le film de sensibilisation « incoming message » réalisé en 2007 par Orange UK a ainsi été diffusé dans 63% des écoles du Royaume-Uni. Un bureau de lutte contre le cyber-harcèlement joignable par téléphone ou email permet aux victimes et à leur famille de signaler les abus et d'être orientés utilement. En Pologne, le Groupe a soutenu la campagne nationale de sensibilisation au cyber-harcèlement.

le bon usage des services

Au-delà de la protection des enfants, nous sommes attentifs à promouvoir auprès de nos clients un usage responsable de nos produits et services. Ainsi, notre site internet www.orange.com prodigue des conseils simples et efficaces pour se prémunir contre le vol des téléphones portables, lutter contre les messages non sollicités (spams) et les virus ou encore signaler un contenu illicite. Il met également en garde contre les dangers d'utiliser son téléphone au volant.

🔗 **Pour en savoir plus** : consultez la rubrique « usages responsables » de notre site www.orange.com.

des guides de marketing responsable

France Télécom a développé des guides de marketing responsable pour s'assurer que ses campagnes publicitaires respectent les codes de conduite internationaux. Définis en 2006 et validés par la direction marketing, ces guides :

- interdisent de cibler les enfants de moins de 10 ans,
- précisent les pratiques autorisées et celles interdites pour les campagnes marketing,
- sont pris en compte dans le processus Time-to-Market pilotant le lancement des nouvelles offres,
- intègrent les exigences de la politique de protection des enfants,
- visent à garantir que tous les nouveaux produits et services appliquent les meilleures pratiques en termes de sécurité.

Le Groupe applique également les codes de conduite développés par le secteur, comme celui de la [Mobile Marketing Association](#) relatif au marketing sur téléphone mobile.



Agnieszka Wrzesień
Coordinatrice du projet
Saferinternet.pl
Nobody's Children
Foundation



Le programme éducatif “Education with Internet TP” mené par le Groupe Orange - TP s'accorde très bien avec nos actions de sensibilisation à la sécurité sur Internet. Nous estimons que promouvoir le bon usage des nouvelles technologies auprès des enfants est une responsabilité partagée entre les différentes parties prenantes, et dans ce cadre, le Groupe TP a vraiment un rôle clef à jouer. En 2005, nous avons engagé une collaboration à long terme avec Orange – TP. Au cours de ces dernières années, nous avons lancé avec succès plusieurs initiatives de sensibilisation, comme la campagne “STOP cyberbullying”, des cours d'e-learning sur la sécurité sur Internet, ou la campagne éducative annuelle “Sieciki on holidays”. Grâce au numéro gratuit mis en place par TP pour le projet Helpine.org, les enfants et les parents peuvent obtenir de l'aide face aux situations dangereuses sur Internet. Le Groupe Orange-TP s'est montré un partenaire fiable et créatif, et nous attendons avec impatience de poursuivre cette collaboration fructueuse dans le futur. »

Orange Roumanie, partenaire du Programme Safer Internet Plus

Orange s'est associée avec une ONG local pour déployer le programme [Safer Internet Plus](#) en Roumanie et initier des actions de sensibilisation sur la protection des enfants. Safer Internet Plus est un programme lancé par la communauté européenne visant à promouvoir une utilisation plus sûre de l'internet et des nouvelles technologies en ligne.

France : signature de la charte « communication responsable » de l'UDA

En décembre 2008, Orange France a signé la charte Communication Responsable de [l'Union des Annonceurs](#).

Cette charte comporte 5 engagements :

- inscrire l'ensemble de ses prises de parole externes dans le cadre de ses codes de communication responsable ;
- inciter les publics auxquels on s'adresse à des comportements responsables ;
- utiliser avec loyauté les données privées sur ses clients finaux dans sa démarche marketing et commerciale ;
- engager un processus interne permettant de valider les communications avant leur diffusion externe ;
- intégrer l'impact environnemental dans les critères de choix des supports de communication.

agir en employeur responsable

nos ambitions :

- favoriser la dynamique interne en accompagnant les collaborateurs dans la transformation du Groupe
- développer la valeur professionnelle et l'employabilité des collaborateurs
- promouvoir la diversité au sein de l'entreprise
- renforcer la prévention des risques professionnels

un Groupe en mouvement

La réussite du Groupe repose avant tout sur les compétences, l'implication et la faculté d'adaptation de ses collaborateurs. Dans un contexte de transformation rapide du secteur des télécommunications, il est impératif de pouvoir adapter nos métiers pour disposer des compétences nécessaires. Face à ces enjeux, le groupe France Télécom met en œuvre des dispositifs adaptés pour accompagner les collaborateurs dans cette transformation, en réaffirmant ses engagements d'employeur responsable.

act : un défi relevé dans le respect des individus

Notre programme act: (Anticipation des Compétences pour la Transformation) répond à un double enjeu :

- répondre aux besoins des activités en positionnant les compétences au bon endroit, au bon moment et au bon niveau de compétences ;
- adapter la structure de coûts en modifiant l'organisation du Groupe de façon à améliorer sa productivité et réduire les sureffectifs dans certaines de ses branches historiques.

Confiant dans la capacité d'adaptation des collaborateurs, le Groupe a fait le choix de favoriser le développement de la valeur professionnelle et de l'employabilité des collaborateurs, et de mettre à leur disposition des outils dédiés pour accompagner leur évolution professionnelle.

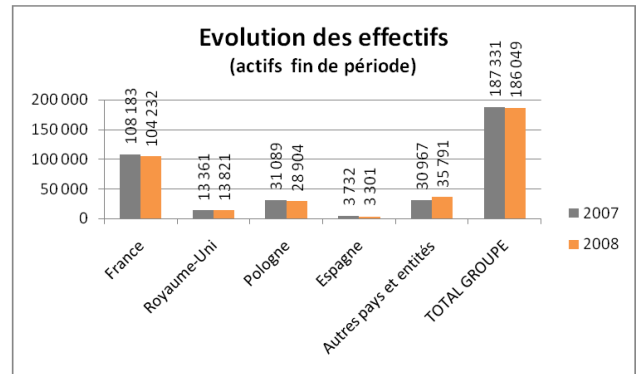
la dynamique des métiers du Groupe

Au travers de la GPEC (Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences), le Groupe dispose d'une vision prospective des besoins de compétences pour l'ensemble de ses domaines d'activités.

des opportunités clairement identifiées pour chaque métier

Socle de cette démarche, le référentiel des métiers du Groupe permet à toutes nos entités de parler un langage commun.

Les 23 «filiales métiers» qui représentent l'ensemble des activités du Groupe ont proposé une vision tri-annuelle renouvelée en termes de besoins emplois et compétences, à la fois au niveau du Groupe et pour les principaux pays (France, Pologne, Royaume-Uni et Espagne).



Cette approche a permis de mettre en œuvre :

- une gestion prévisionnelle des emplois et des compétences dans les organisations ;
- une politique de recrutement sur des expertises et des métiers nouveaux ;
- une politique de mobilité vers les secteurs prioritaires ;
- une offre de formation (cursus, parcours de professionnalisation) en lien direct avec de nouveaux besoins de compétences, notamment en France.

Le site intranet Ressources Humaines « métiers-opportunités », mis en place en France depuis 2006, fournit aux salariés une vision claire sur les tendances d'évolution des métiers et les parcours professionnels repère.

Par ailleurs, le déploiement du système d'information « Performance » permet d'évaluer les compétences de chacun des salariés sur des bases communes. Utilisé en France depuis 2007, il est en cours de déploiement à l'international avec une adaptation pays par pays. Des modules complémentaires du système d'information RH « Performance » sont en cours de déploiement dans le domaine de la formation et des mobilités internes.

des outils de développement des carrières personnalisés

Nous mettons en place progressivement des outils permettant à chaque salarié de construire son propre projet professionnel en cohérence avec la stratégie du Groupe.

Ainsi, en France et en Pologne, des Espaces Développement permettent aux salariés de définir et réaliser leur projet professionnel en bénéficiant d'un accompagnement spécifique. A fin 2008, 11 Espaces Développement sont en place en France (ainsi qu'un Espace Dirigeants) et 5 en Pologne. En France, 170 conseillers développement sont en

cours de certification, et 31 000 personnes ont été accompagnées en 3 ans.

accompagner les équipes d'encadrement

Les managers ont un rôle clef à jouer dans la mise en œuvre du programme act. Pour les aider à progresser et à obtenir l'adhésion de leurs équipes, nous avons mis en place 7 écoles de management en France, au Royaume-Uni, en Pologne, en Espagne, en Jordanie, au Sénégal et chez Orange Business Services.

La définition du modèle de leadership, créé par l'équipe dirigeante du Groupe, contribue aussi à guider l'action des managers.

C'est en étant simple, audacieux, transparent, dynamique et proche qu'il sera possible d'agir selon la référence que constitue le modèle de leadership.

En partageant ce même cadre commun, les leaders Orange vont construire et vivre la nouvelle culture managériale du Groupe, indispensable à la réalisation de notre ambition mondiale.

Inspiré des valeurs Orange, il est composé de 5 principes d'action prioritaires:

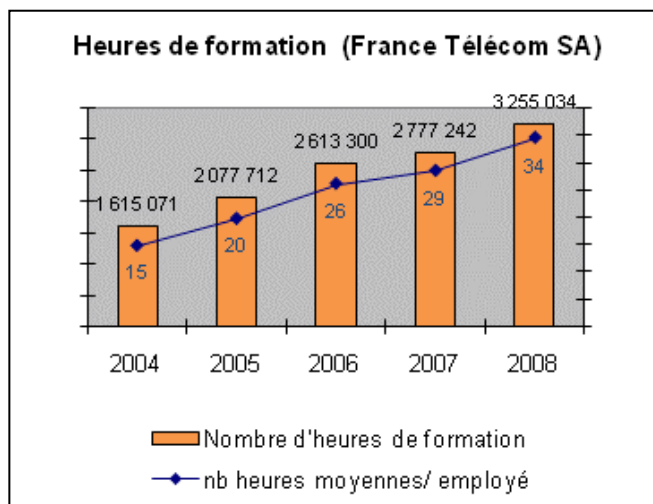
- s'assurer que le client est toujours dans la pièce
- passer à l'action
- sortir de ses schémas de pensée habituels
- faire simple
- agir rapidement

un vaste effort de formation

Le programme act : s'accompagne d'un vaste programme de formation.

En 2008, dans la continuité des actions engagées les années précédentes, nous avons poursuivi notre effort de formation afin d'accompagner la transformation des activités et le développement professionnel de chacun.

Entre 2006 et 2008, le nombre d'heures de formation dispensées dans l'ensemble du Groupe, et en particulier en France, a considérablement augmenté.



Le Groupe a continué à diversifier les approches dans le domaine de la formation en développant les réseaux des formateurs locaux. Plus de 1 500 formateurs locaux sont en place à ce jour.

nos réalisations 2008

4 000 salariés en parcours de professionnalisation

45 parcours de professionnalisation, d'une durée moyenne de 200 heures chacun, permettent aux salariés d'Orange qui souhaitent se reconvertir vers un métier prioritaire d'acquérir de nouvelles compétences et pratiques professionnelles.

Depuis deux ans, plus de 4 000 salariés ont intégré un des parcours de professionnalisation proposés dans le cadre d'act. L'investissement annuel de formation, avec 31 heures par salarié au niveau du Groupe, a progressé de plus de 70% pour FTSA entre 2005 et 2008.

certification professionnelle des formateurs

Dans le cadre de la politique de développement des compétences de ses salariés, Orange a choisi l'Institut d'Etudes Politiques de Paris comme organisme certificateur de ses formateurs. Le partenariat concerne, dans un premier temps, les formateurs de l'école de la Distribution d'Orange, qui assure la formation des vendeurs en boutique. Lancée en 2008 sur une promotion pilote de 10 formateurs, la certification sera proposée dans les 3 prochaines années à l'ensemble des formateurs du Groupe en France, soit environ 1 000 personnes. Ce partenariat vient compléter la collaboration déjà existante depuis 2007 entre Orange et Sciences Po pour la certification des acheteurs Orange.

associer les salariés au succès du Groupe

En novembre 2008, le Groupe a reçu le prix de l'actionnariat salarié décerné par la fédération française des associations d'actionnaires salariés (FAS). Ce prix récompense la richesse des dispositifs mis en place pour développer notre actionnariat salarié. En 2008, la part des salariés dans le capital du groupe a augmenté de 26%. L'opération qui illustre le mieux cette progression : Orange Success, l'offre réservée aux collaborateurs suite à la cession par l'Etat de 5% du capital de France Télécom. Construite pour être accessible à tous, elle a été plus de deux fois souscrite (210%), par plus de 65 000 salariés dans 14 pays.

Le Groupe offre aussi à ses salariés des dispositifs d'épargne salariale à moyen et à long terme.

En France, l'ensemble des salariés bénéficie chaque année, à travers les accords d'intéressement déclinés au niveau des sociétés et de l'accord de participation du Groupe en France, d'un complément de rémunération lié à des critères de performance ou de résultat. En 2008, ce complément de rémunération a représenté environ un mois et demi de salaire.

Pour renforcer leur professionnalisation, nous mettons en place des certifications, en accentuant l'utilisation des moyens électroniques, e-learning et classes virtuelles, et de façon plus générale, en proposant des formations mixtes combinant efficacité pédagogique et maîtrise des dépenses.

Nous avons aussi largement développé les formations certifiantes, montées en partenariat avec des organismes et des grandes écoles reconnues sur leur secteur d'activités. 72 collaborateurs d'Orange Business Services ont ainsi reçu en mars 2009 un Certificat d'Etudes Spécialisées (CES) délivré par Télécom Paris Tech, dans trois spécialités :

- Ingénieur technico-commercial
- Ingénieur conception de solutions
- Responsable service client

Ces certifications professionnelles offrent aux salariés le souhaitant une opportunité de développer leur valeur professionnelle en acquérant de nouvelles compétences et en obtenant, à la clé, le diplôme d'une grande école, reconnu sur le marché.

un dialogue social permanent

Le dialogue social est un outil essentiel au développement du Groupe et à l'intégration de nos collaborateurs. Il est mené avec les représentants du personnel désignés librement suivant un processus transparent, le plus souvent par élections. Dans tous les cas, nous veillons à respecter les législations locales ainsi que les accords signés avec les partenaires sociaux, notamment l'accord UNI* sur les droits fondamentaux de décembre 2006 (cf. p.7).

Nous nous assurons ainsi que les représentants du personnel ne soient victimes d'aucune discrimination et qu'ils puissent bénéficier des mêmes opportunités et du même traitement que l'ensemble de leurs collègues.

Afin d'encourager le développement d'un dialogue social à tous les niveaux pertinents, le Groupe a mis en place des instances locales, nationales et supranationales ayant chacune leur propre compétence.

- Au niveau local, **près de 400 instances de représentation du personnel** sont en place dans le Groupe, principalement en Europe mais aussi dans plusieurs filiales africaines.
- En France, deux instances assurent un dialogue au niveau national : le **Comité Central de l'Unité Economique et Sociale France Telecom-Orange (CCUES)**, et le **Comité de Groupe France**, instance qui regroupe les différentes filiales françaises du Groupe.
- Le **Comité de Groupe Européen** est un lieu d'échanges et de dialogue sur des questions économiques, financières et sociales qui présentent un caractère global et dépassent le cadre d'un pays (stratégie industrielle et d'innovation, grandes orientations de l'investissement, acquisitions, emploi...). 32 représentants des salariés composent ce comité qui regroupe aujourd'hui 20 pays : Suède, Norvège, Finlande, Danemark, Allemagne, Autriche, Grande Bretagne, Irlande, France, Espagne, Portugal, Italie, Grèce, Pologne, Luxembourg, Pays-Bas, Belgique, Roumanie, Slovaquie et Suisse.

nos réalisations 2008

en France :

- En 2008, le Comité Central de l'Unité Economique et Sociale France Telecom-Orange (CCUES) a traité **plus d'une cinquantaine de sujets** concernant pour l'essentiel les projets relatifs à l'évolution de l'organisation.
- Le Comité de Groupe France s'est réuni **3 fois** et a échangé des informations sur l'activité, la situation financière, l'évolution de l'emploi et de la structure du groupe.
- **16 accords et avenants** ont été signés principalement dans le domaine de la rétribution avec notamment un accord collectif au niveau du groupe relatif à l'attribution d'un supplément d'intéressement, et dans le domaine des élections professionnelles (pour en savoir plus, consulter la rubrique « conséquence sociale de l'activité » du document de référence 2008).

au niveau européen et mondial :

En 2008, le Comité de Groupe Européen s'est réuni trois fois physiquement (une fois à Paris, une fois au Caire et une fois à Lyon), et quatre fois sous forme de conférence téléphonique.

Par ailleurs, le Groupe a poursuivi en 2008 les négociations en vue de créer une instance de dialogue social au niveau mondial. Cette instance aura pour objectif de :

- faire partager par de multiples canaux la stratégie globale du Groupe ;
- présenter, et échanger avec les représentants du personnel, les projets transnationaux au-delà de l'Europe ;
- développer le socle des relations sociales en dynamique avec les objectifs et les valeurs du Groupe.

Conformément à l'accord signé en 2006 avec l'Union Network International (UNI) sur les droits sociaux fondamentaux, des rencontres régulières ont également été organisées avec cette organisation.

l'écoute des collaborateurs

Pour la deuxième année consécutive, les collaborateurs du Groupe ont été invités à s'exprimer sur leur relation à l'entreprise. En France, près de 45% des collaborateurs ont répondu à cette enquête. Chaque entité va maintenant analyser les retours de ses salariés pour définir des plans d'action.

la diversité, une richesse pour le Groupe

L'engagement en faveur de l'égalité des chances fait partie de la tradition du Groupe.

Nous pensons que seul le talent et la motivation doivent compter pour accéder à l'emploi et aux responsabilités.

Nous croyons fermement que la diversité des équipes constitue un facteur clé de succès : Elle facilite le recrutement et la fidélisation des talents d'aujourd'hui et de demain en construisant une image d'entreprise accueillante pour tous ; Elle favorise la dynamique interne en nourrissant les valeurs du Groupe et la fierté d'appartenance ; En reflétant la diversité de nos clients, elle permet de mieux comprendre leurs besoins et de répondre efficacement à leurs attentes ; Elle conforte notre image d'entreprise responsable auprès des pouvoirs publics, des actionnaires et des autres parties prenantes ; Elle renforce notre capacité d'innovation et notre agilité pour réagir avec efficacité à toute modification d'environnement.

une politique bâtie sur 4 axes prioritaires

Afin de renforcer la cohérence de nos actions, nous avons formalisé en 2008 la politique diversité du Groupe autour de 4 priorités :

- la promotion de l'égalité professionnelle entre femmes et hommes ;
- l'intégration et le maintien dans l'emploi des personnes handicapées ;
- l'insertion des jeunes issus de milieux défavorisés dans le monde du travail ;
- l'analyse permanente des processus des Ressources Humaines pour qu'ils favorisent la diversité à tous les échelons de l'entreprise.

Ces 4 axes prioritaires sont adaptés aux enjeux et législations de chaque pays où le Groupe est présent. Ils peuvent être complétés par des engagements sur des sujets en lien avec les problématiques locales. Ainsi, il a été demandé à chaque entité de rédiger une politique de diversité locale en intégrant les 4 axes de la politique Groupe.

une organisation dédiée

Un réseau spécifique a été constitué pour assurer le déploiement de la politique diversité dans chacun des pays où le Groupe est présent, déploiement qui se fait en tenant compte de la culture locale. Son objectif : partager les bonnes pratiques et sensibiliser tout le corps social.

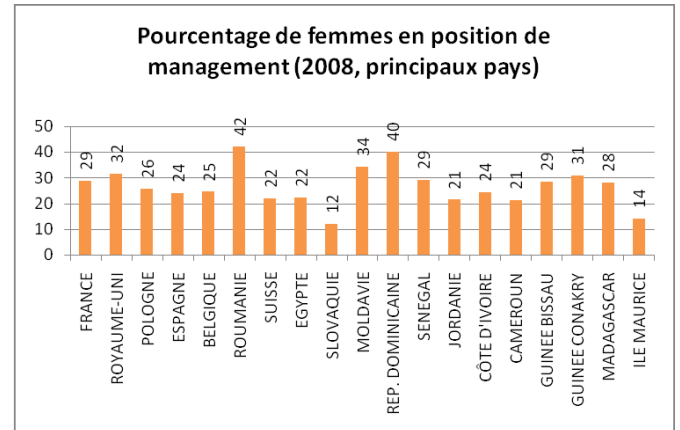
En juin 2008, une première réunion a rassemblé l'ensemble des correspondants diversité du Groupe pour leur présenter un module de formation sur la diversité (« Comment gérer la diversité – mon manuel de survie en 10 étapes »).

L'agence de recrutement interne a également été sensibilisée aux enjeux de la diversité.

un tableau de bord sur la diversité

Afin de piloter le déploiement de la politique diversité du Groupe et suivre les progrès dans les différentes entités, un ensemble d'indicateurs chiffrés et qualitatifs a été défini en 2008. Ces indicateurs seront collectés selon un rythme semestriel, pour alimenter le tableau de bord « diversité, intégration et égalité professionnelle » du Groupe. Mis en place début 2009 dans les entités européennes et chez Orange Business Services, ce reporting sera étendu d'ici fin 2009 à l'ensemble des entités du Groupe.

l'égalité entre les femmes et les hommes



Le Groupe s'engage depuis plusieurs années en faveur de la promotion de l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes. Ainsi, nous participons activement depuis son création en 2005 au [Women's Forum for the Economy and Society](#) (Forum des femmes sur l'évolution économique et sociétale). Nous sommes également membres du [Cercle InterElles](#), créé en 2002 à l'initiative de plusieurs femmes cadres et chefs d'entreprise dont un ancien membre du comité de direction de France Télécom, et dont l'objectif est d'échanger et de partager les pratiques d'entreprises qui ont déjà un réseau actif de femmes dans un environnement scientifique ou technologique.

Le Groupe est également membre depuis 2007 de [l'European Professional Women Network \(EPWN\)](#), instance de réflexion et d'échange de bonnes pratiques visant à favoriser l'accès des femmes à des postes à responsabilités.

Plusieurs initiatives contribuent à la mise en œuvre de l'accord sur l'égalité professionnelle signé fin 2007 sur la période 2008-2010.

A fin 2008, le taux de féminisation des cadres dirigeants du Groupe atteint 22%, avec une augmentation de 41% en 5 ans.

Le Groupe participe notamment à plusieurs projets visant à encourager les carrières scientifiques et technologiques auprès des jeunes étudiantes, qui tendent à délaisser ces filières :

- En France, Orange soutient les initiatives de l'association « Femmes Ingénieurs » qui assure la promotion des carrières scientifiques auprès de jeunes lycéennes. Un dispositif de « shadowing » permet à des collégiennes de suivre une femme ingénieur durant une journée de travail en

entreprise, pour découvrir son quotidien et se projeter dans une carrière scientifique. Ce dispositif sera prochainement étendu au niveau Européen selon l'engagement pris par Orange dans le cadre de sa participation à l'élaboration du Guide des Bonnes Pratiques pour favoriser les carrières scientifiques au féminin, guide rédigé sous l'égide de la Commission Européenne.

- L'Académie Orange illustre la contribution du Groupe au programme Sci Tech Girls du Women's Forum, qui vise à inciter les jeunes filles à poursuivre des études et carrières scientifiques ou d'ingénieurs. L'académie Orange permet ainsi à des étudiantes de toutes les régions du monde de participer à un programme de formation dans le domaine des sciences et de la technologie, au sein des Orange Labs.
- En 2008, Orange avec différentes grandes écoles d'ingénieurs au lancement de l'initiative « H/F management », qui permet de former un groupe d'étudiants aux enjeux de la mixité professionnelle et d'offrir à de jeunes étudiantes un cours sur l'intérêt des carrières scientifiques assorti d'un dispositif de parrainage et d'une journée d'immersion avec une femme ingénieur.
- Nous avons également lancé une étude avec l'École du Management de Lyon afin d'identifier les facteurs clé de succès d'une femme ingénieur dans l'entreprise.

Nous agissons aussi au niveau des processus de recrutement pour favoriser l'égalité professionnelle :

- En France, dans les métiers techniques, l'entreprise s'est engagée à recruter un pourcentage de femmes au moins équivalent à celui des filières de formation concernées. Pour les postes séniors, toutes les sélections de candidats n'intégrant pas de femmes sont remises en question par les services ressources humaines, les décideurs étant tenus de justifier l'absence de femmes et de mettre en place un plan d'actions correctives.
- Aux Etats-Unis, chez Orange Business Services, les services ressources humaines analysent les statistiques « diversité » des équipes et en particulier le rapport hommes/femmes pour chaque catégorie de postes en les comparant aux moyennes du marché. Un soutien est fourni aux managers pour les aider à lutter contre un éventuel déséquilibre.
- En Espagne, Orange a mis en place un processus de recrutement essayant de maintenir les postes ouverts tant qu'il n'y a pas au moins une candidature féminine..

l'intégration des personnes handicapées

En France, la Mission Insertion Handicap veille depuis 2004 à la mise en œuvre des engagements du Groupe en matière d'insertion des personnes handicapées. Notre nouvel accord d'entreprise 2008-2010, signé avec 4 organisations syndicales et agréé par la Direction départementale du travail, de l'emploi et la formation professionnelle (DDTEFP), comprend 5 points clés :

nos réalisations 2008 :

charte de la Parentalité en Entreprise

En France, le Groupe a signé le 11 avril 2008 la [Charte de la Parentalité en Entreprise](#) aux côtés d'une vingtaine d'autres grandes entreprises. Concrètement, Orange s'engage sur 3 points : faire évoluer les représentations liées à la parentalité dans l'entreprise, créer un environnement favorable aux salariés-parents et aux femmes enceintes et respecter le principe de non-discrimination dans l'évolution professionnelle des salariés-parents. Cette charte servira de point d'appui pour lancer dans toutes les entités du Groupe des actions en faveur de l'équilibre entre vie professionnelle et personnelle et favoriser la conciliation de la parentalité et de la réussite professionnelle.

Orange Royaume-Uni : favoriser l'égalité entre les femmes et les hommes

Dans le cadre de sa politique nationale de diversité, Orange Royaume-Uni a mis en place un dispositif visant à favoriser l'égalité professionnelle femmes-hommes. Le Groupe participe tous les ans à un benchmark externe pour évaluer sa performance sur le sujet et se comparer à ses pairs. En interne, l'Enquête de Satisfaction des Collaborateurs analyse les niveaux de satisfaction par genre, ce qui permet de mesurer l'efficacité des actions engagées et de dégager des axes de progrès.

Plusieurs politiques en faveur de l'emploi des femmes existent, comme des mesures sur la flexibilité du temps de travail.

Orange soutient aussi plusieurs initiatives nationales en faveur de la diversité comme [Opportunity Now](#), [Race for Opportunity](#) ou [Working Families](#).

changer le regard sur le Handicap

Une vaste campagne de sensibilisation interne baptisée « Semaine de l'Handicapement », a été menée en novembre 2008 auprès des salariés en France pour faire évoluer le regard sur le handicap. Une vingtaine d'événements ont été organisés dont des expositions, des animations et des séances de sensibilisation, ainsi qu'une campagne d'affichage et de distribution du livret « Donner à chaque talent les moyens de s'exprimer, France-Télécom et le handicap ». Le portail interne @noo a également diffusé des films, des tests de perception et des témoignages croisés.

En outre, plus de 600 personnes (managers, responsables ressources humaines, médecins du travail, infirmières, assistants sociaux, collaborateurs) ont participé aux journées de sensibilisation « Démystifions le Handicap » organisées par la Mission Insertion Handicap à Paris et en régions (18 sessions en 2008).

- recrutement d'un minimum de 180 personnes handicapées en 3 ans ;
- accueil de jeunes handicapés en stage et en contrat d'alternance ;
- extension et augmentation des solutions d'aménagement de postes des salariés handicapés ;
- engagement fort d'achat au secteur protégé ;
- sensibilisation des salariés et des managers à l'accueil des personnes handicapées pour faire changer le regard sur le handicap dans l'entreprise.

Les recrutements réalisés en 2008 constituent un bon résultat au vu de cet engagement triennal et de la montée en charge attendue du dispositif. Ces recrutements ont été réalisés notamment grâce à des partenariats noués avec des associations et des sites internet, à la participation à des forums de recrutement et à des insertions publicitaires dans la presse spécialisée.

En 2008, plus d'un million d'euros ont été consacrés à l'aménagement des postes de travail des salariés handicapés (achats de matériels, d'outils informatiques, formations aux outils, prestations en langue des signes, accessibilité numérique, dispositifs de visio-interprétation pour des salariés sourds...), soit plus du double du budget initialement prévu.

Le montant des achats facturés au secteur protégé a dépassé 16 millions d'euros pour la seule année 2008.

Par ailleurs, ce nouvel accord a permis de renforcer le rôle des correspondants Handicap présents localement dans les Directions Territoriales et les Divisions métiers.

l'insertion des jeunes issus de milieux défavorisés

En France, le Groupe participe à plusieurs initiatives visant à favoriser l'insertion des jeunes issus de milieux défavorisés dans le monde du travail.

Dans le cadre du Cercle Passeport Télécom, Orange accompagne des étudiants issus de quartiers sensibles pour les aider à intégrer de grandes écoles.

Orange est également le partenaire principal du déploiement national de l'initiative Nos Quartiers ont des Talents, fondée par un collaborateur du Groupe pour aider les jeunes diplômés des quartiers sensibles à trouver un premier emploi.

En février 2008, le Groupe a renforcé ses engagements en signant le « Plan Espoir-Banlieues ».

De nombreuses actions en faveur des quartiers sensibles sont menées par les différentes Directions Régionales du Groupe en France avec des associations comme FACE ([Fondation Agir contre l'Exclusion](#)) ou [l'IMS-Entreprendre pour la Cité](#).

Par ailleurs, pour modifier ses processus de recrutement, le Groupe a participé en 2008 au [Train pour l'Emploi et l'Égalité des Chances](#) et renouvellera cette opération en 2009.

Je suis différente comme tout le monde.
Je suis les médecins, les infirmières, leurs diagnostics et leurs traitements et les sourires de mes collègues qui ont toujours été le meilleur remède.
Je suis Hélière mon manager qui n'a regardé que mes compétences, et mes 2^e et 3^e promotions qui lui donnent aujourd'hui raison.
Je suis ces nouveaux vendeurs que je forme et ma fierté quand ils deviennent autonomes et peuvent me remplacer.
Je suis Nadine, vendeuse référente et grâce à tous, ma maladie n'a jamais été un obstacle à mon épanouissement professionnel chez Orange.

Chez Orange, depuis plus de 20 ans, nous intégrons des personnes handicapées et accompagnons leur évolution professionnelle.

www.orange.com/plusloinensemble plus loin ensemble orange

Affiche de la campagne « Hangagement »

nos réalisations 2008

un engagement récompensé

Lors des World Communication Awards, Yazid Chir, pionnier des solutions de virtualisation d'Orange Business Services, a reçu le titre de "Meilleur initiateur de changements" pour la création de l'association « [Nos Quartiers ont du Talent](#) », qui aide les jeunes issus des quartiers défavorisés de Paris à trouver un emploi adapté à leurs compétences en leur offrant le parrainage de cadres confirmés.

France Télécom primé par FACE à Toulouse

Le 29 avril, l'adjoint au maire de Toulouse chargé de l'exclusion a remis à France Télécom le trophée de l'entreprise la plus impliquée en interne dans les actions FACE ([Fondation Agir Contre l'Exclusion](#)) sur la région du grand Toulouse.

Depuis 2005, la Direction Territoriale Sud s'est engagé auprès du club d'entreprises FACE à mener des actions en faveur de l'égalité des chances.

Ce trophée récompense l'implication progressive et régulière de salariés de la direction territoriale dans des actions concrètes, comme par exemple les actions en faveur de l'insertion professionnelle des jeunes en difficulté, ou l'Action Chrysalide consistant à parrainer des femmes de quartiers sensibles qui créent leur propre entreprise.

la protection de nos collaborateurs

Pour France Télécom, préserver la santé de nos collaborateurs est une priorité absolue, clairement énoncée dans la politique santé-sécurité du Groupe.

un cadre de référence pour le Groupe

La direction santé-sécurité du Groupe pilote la mise en place dans tous les pays d'un système de management santé-sécurité au travail adapté au contexte local.

En 2008, afin de s'assurer que toutes les entités respectent les exigences du Groupe en la matière, un cadre de référence pour le management de la santé-sécurité au travail a été élaboré avec l'implication des différentes filiales. L'objectif de ce cadre est de renforcer la cohérence des actions menées tout en assurant un niveau adapté de sécurité (basé sur l'évaluation des risques) dans des contextes pays variés. Il contribue aussi à renforcer nos valeurs d'entreprise responsable auprès de nos collaborateurs.

Pour favoriser le partage des bonnes pratiques, les correspondants santé-sécurité des différentes filiales se réunissent lors d'un séminaire annuel. Des réunions téléphoniques bimensuelles permettent aussi de faire le point sur le déploiement des différents projets.

la prise en compte des risques psychosociaux

Conscient de la montée en puissance des problèmes de stress au travail, le Groupe a engagé dès 2000 des travaux visant à prévenir ce type de risques. Une commission dédiée à la prévention du stress a été constituée avec les représentants du personnel. Ses travaux permettent de proposer des mesures concrètes, améliorant l'environnement de travail en concertation avec les directions métiers. En 2007, ces actions avaient été renforcées avec la mise en place des Espaces d'Écoute et d'Accompagnement, des cellules s'efforcent d'apporter, dans la concertation, des solutions soit individuelles, soit collectives y compris en termes d'organisation du travail.

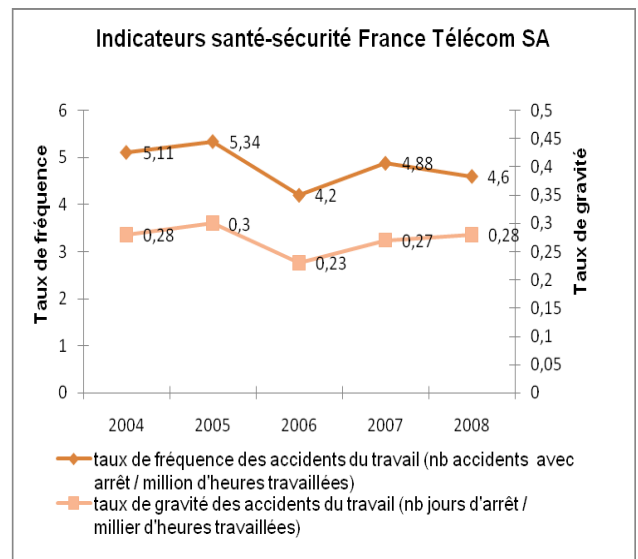
En 2008, nous avons mis en place des formations sur la gestion du stress : un module « La gestion du stress » pour les collaborateurs confrontés à des situations difficiles avec des clients, et un module « Pratiques managériales et situation de stress : des repères pour agir » destiné aux managers.

Nous concentrons aujourd'hui nos efforts sur 3 axes :

- améliorer les processus et les conditions de travail ;
- mieux accompagner les opérations de transformation ;
- renforcer l'accompagnement des salariés en situation de mal-être professionnel.

L'ensemble de ce programme a été présenté et discuté devant les instances de représentation du

personnel en France ainsi que devant le Comité de Groupe Européen, au sein duquel un groupe de travail sur le stress au travail a de plus été constitué.



nos réalisations 2008

mise en place d'un reporting Groupe

Afin de suivre les performances et les progrès réalisés par chaque entité sur des bases comparables, 9 indicateurs clefs de performance ont été définis et font l'objet depuis 2008 d'un reporting semestriel. Par ailleurs, une nouvelle procédure impose à tous les entités de signaler tout accident majeur impliquant un collaborateur, un sous-traitant ou un visiteur sur un site du Groupe.

formation de « préventeurs »

Durant l'année 2008, deux nouvelles sessions de formation de « préventeurs » (collaborateurs en charge de la prévention des risques professionnels) ont été mise en place en France. Cette formation a été labellisée par la Commission Paritaire Nationale pour l'Emploi et la Formation professionnelle des Télécommunications. Cette labellisation a conduit à élargir le panel de personnes présentes lors des jurys en fin de parcours en les ouvrant aux représentants du personnel et patronaux de la branche des télécoms.

un guide des bonnes pratiques sur le bien-être au travail

France Télécom a contribué à l'élaboration d'un guide de bonnes pratiques sur le bien-être au travail, publié par CSR Europe. Deux bonnes pratiques du Groupe sont citées en exemple :

- Orange Espagne (détection préventive des troubles visuels et endocrinologiques)
- Orange Slovaquie (programme d'épanouissement pour les salariés et leurs familles)

Ce guide est disponible sur le site

www.csreurope.org/data/files/toolbox/wellbeing_guide.pdf.

répondre aux interrogations sur les ondes électromagnétiques

nos ambitions :

- poursuivre le déploiement du plan d'actions Groupe sur les ondes électromagnétiques dans toutes nos entités
- contribuer à l'effort de recherche sur les ondes électromagnétiques et la santé
- répondre avec clarté aux interrogations de nos parties prenantes
- promouvoir le bon usage du téléphone mobile auprès de nos clients

Le Groupe assure une veille scientifique permanente sur l'ensemble des recherches menées sur la santé et les ondes électromagnétiques (OEM*). Il respecte les recommandations internationales et nationales sur les valeurs limites d'exposition, et fournit à ses clients des recommandations pratiques sur les bons usages du téléphone mobile.

la politique OEM du Groupe

La politique mise en place s'articule autour de quatre principes directeurs :

- **informer** à l'aide d'outils de communication adaptés et répondre aux questions des différentes parties prenantes sur les OEM* et les technologies de la communication ;
- **assurer une veille des études scientifiques** sur les OEM* menées dans le monde et faciliter leur accès à tous ;
- **appliquer la réglementation** locale et, à défaut de réglementation spécifique, appliquer les recommandations internationales élaborées par l'[ICNIRP*](#) (Commission internationale sur la radioprotection non ionisante) et l'IEEE (Institut des ingénieurs en électricité et en électronique)
- contribuer à l'effort de recherche.

Un plan d'actions Groupe fixe les exigences que toutes les entités se doivent d'appliquer. Il intègre notamment :

- le contrôle de la conformité des équipements aux standards nationaux et internationaux en matière d'exposition aux ondes électromagnétique ;
- l'étude des opportunités de partage de sites avec d'autres opérateurs ou des installations existantes ;
- la mise à disposition de kits piétons dans les packs mobiles ou dans les agences Orange ;
- l'instauration d'un dialogue régulier avec les autorités locales et la concertation avec les associations locales d'opérateurs quand elles existent ;
- la mise en place d'outils de communication adaptés sur les ondes électromagnétiques ;
- la sensibilisation des clients au bon usage du téléphone mobile ;
- un processus d'enregistrement et de traitement systématique des plaintes liées aux ondes électromagnétiques.

Le déploiement de cette politique s'appuie sur un réseau de correspondants OEM* dans les principaux pays où le Groupe est présent.

la recherche sur les OEM

Nous assurons une veille scientifique permanente sur l'ensemble des recherches liées aux OEM* au plan international, et soutenons les programmes inscrits dans l'agenda de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS).

l'état des recherches

L'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) a passé en revue les données scientifiques sur les effets sanitaires d'une exposition continue de faible niveau aux stations de base et autres réseaux sans fil et a conclu (dans un aide mémoire n°304 publié en mai 2006) qu'il n'existait aucun élément scientifique probant confirmant d'éventuels effets nocifs des stations de base et des réseaux sans fil pour la santé. L'OMS a toutefois préconisé la poursuite des recherches pour déterminer si l'exposition plus intense aux radiofréquences des téléphones mobiles pourrait avoir des effets sur la santé.

Au niveau européen, le Comité scientifique des risques sanitaires émergents et nouveaux ([SCENIHR](#)), groupe d'experts de la commission européenne, a conclu dans un rapport de janvier 2009 que s'agissant des risques de cancer, en partant de trois sources de résultats (études épidémiologiques, animales et in vitro, une augmentation du risque de cancer dû à l'exposition aux radiofréquences est improbable chez l'homme. Ils recommandent cependant de poursuivre les recherches afin de vérifier si une exposition longue (bien au-delà de dix ans) pourrait présenter un risque de cancer.

En France, les autorités sanitaires demandent de maintenir la vigilance sur les mobiles et de poursuivre les travaux de recherche scientifique.

la contribution du Groupe

Nous soutenons financièrement les travaux de recherche figurant sur l'agenda de l'OMS, et apportons notre expertise technologique en nous impliquant directement dans plusieurs projets et groupes de travail.

Nos chercheurs travaillent depuis plus de 10 ans pour mieux connaître les OEM* et mesurer l'impact des solutions développées (antennes, terminaux mobiles, installations Wifi). Ils ont notamment conçu un logiciel de visualisation des champs électromagnétiques en 3D, EMF Visual, qui permet de déterminer le périmètre de sécurité nécessaire autour d'une antenne relais ainsi qu'un dosimètre individuel permettant de mesurer facilement l'intensité des ondes émises dans l'environnement.

Le Groupe participe activement à de nombreux programmes de recherche : [Fondation Santé Radiofréquence](#) et Agence nationale de la recherche sur l'analyse dosimétrique en France, [Fondation de Recherche Suisse sur la Communication Mobile](#), programmes [MTHR](#) (Mobile Telecommunications and Health Research) au Royaume-Uni.

Orange participe également aux travaux des organismes internationaux de normalisation du secteur tels que [l'European Telecommunications Standards Institute](#) (ETSI), [l'International Electrotechnical Commission](#) (IEC) ou le [Comité Européen de Normalisation Electronique](#) (CENELEC) dans le but de contribuer à renforcer la transparence et la traçabilité des méthodes de certification et d'installation des équipements de télécommunications.

le respect des niveaux d'exposition

En l'absence de réglementation locale plus contraignante, toutes les filiales du Groupe doivent respecter les recommandations de l'ICNIRP* (International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection) et du Conseil Européen sur les valeurs limites d'exposition du public pour les antennes-relais et les téléphones mobiles.

Conformément à ces recommandations, tous les téléphones mobiles distribués sous la marque Orange ont un DAS* (Débit d'Absorption Spécifique) inférieur à 2W/kg.

l'information des parties prenantes

Dans le cadre du déploiement de la politique Groupe sur les OEM*, nos filiales mettent progressivement en place des outils de communication adaptés pour informer les parties prenantes et répondre avec clarté aux questions concernant les ondes électromagnétiques et les technologies de communication.

Notre site Web www.orange.com dispose ainsi d'une section dédiée aux ondes électromagnétiques. La majeure partie des filiales du Groupe en Europe ainsi que Mobinil en Égypte mettent aussi à disposition sur leur site internet des informations scientifiques, réglementaires et techniques et des liens vers les organismes et les associations de référence sur le sujet.

Le Groupe relaie ainsi le plus largement possible les recommandations de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) et des autorités sanitaires nationales.

nos réalisations 2008

lancement d'une veille internationale

Afin d'assurer le même niveau d'information dans les pays du Groupe, une cellule de veille internationale a été mise en place. Un compte-rendu mensuel de l'état des recherches menées en Europe et dans le Monde est ainsi diffusé à toutes les entités.

évaluer l'exposition aux réseaux sans fil

France Telecom, dont l'expertise développée par ses chercheurs dans le domaine de la dosimétrie est reconnue mondialement, coordonne les travaux du projet Multipass de l'Agence Nationale de la Recherche. Son objectif : évaluer l'exposition induite par les systèmes de communication sans fil (Wifi) caractérisés par des sources multiples et des signaux non périodiques.

15^{ème} colloque annuel sur les OEM

Le 18 décembre 2008, le Groupe a organisé la quinzième édition de son colloque international sur les ondes électromagnétiques, auquel étaient conviés des scientifiques, des représentants des autorités, et des industriels du secteur. Une douzaine d'experts français et étrangers ont fait le point sur l'état des connaissances en matière d'impact des ondes électromagnétiques sur la santé humaine, parmi lesquels l'ICNIRP, venue présenter l'évolution prochaine de ses recommandations sur les seuils maximum d'émission des radiofréquences.

les recommandations d'usage pour les clients

Dans tous les pays où il est présent, le Groupe demande que ses filiales Orange :

- publient les DAS* des mobiles sur les sites internet, dans les notices d'utilisation ou dans les points de vente ;
- fournissent à leurs clients des recommandations sur les bons usages à adopter pour réduire l'exposition aux ondes électromagnétiques (comme téléphoner dans de bonnes conditions de réception, utiliser de préférence un kit main libre ou veiller à un usage modéré du téléphone portable par les enfants) ;
- mettent à leur disposition des kits mains libres dans les packs mobiles ou dans les boutiques ou agences Orange du pays.



Mohammed Ta'ani
Directeur des Opérations
Réseau
Orange Jordan

L'explosion de la téléphonie mobile s'accompagne de préoccupations croissantes sur la question de l'exposition aux ondes électromagnétiques. Si des initiatives ont été lancées au niveau international pour évaluer, contrôler et prévenir les effets potentiels de l'exposition aux ondes, le niveau de maturité réglementaire et de prise de conscience est très variable selon les pays. Sous l'impulsion de la politique du Groupe France Télécom, Orange Jordan s'est engagé à assurer la conformité de ses installations aux standards locaux et internationaux, et à mener des actions volontaristes pour sensibiliser le public aux bons usages du téléphone mobile. Ainsi, nous avons participé à une émission télévisée sur une chaîne nationale couvrant des sujets liés aux ondes et aux installations mobiles, et presque tous les mobiles vendus sont distribués avec un kit piéton. »

une concertation locale renforcée

Au-delà des obligations réglementaires, les nouveaux projets d'implantation ou de modification d'antennes-relais se font en étroite concertation avec les autorités locales et les riverains concernés. En France, au Royaume-Uni, en Suisse et en Espagne, nous appliquons ainsi les guides de bonnes pratiques élaborés par les autorités locales ou nationales et les associations d'opérateurs mobiles et nous faisons réaliser, sur demande, des mesures d'exposition gratuites par des bureaux de contrôle indépendants. Les résultats de ces mesures sont rendus publics sur les sites Web des filiales ou sur les sites des autorités nationales tels que [l'Agence nationale des fréquences](#) en France, [l'Office of Communications](#) (OFCOM*) au Royaume-Uni ou le [Ministère de l'Industrie, du Tourisme et du Commerce en Espagne](#).

les recommandations de bon usage des téléphones mobiles

En 2008, un travail important a été mené en collaboration avec nos différentes filiales pour définir des recommandations communes sur le bon usage des téléphones mobiles pour les clients souhaitant réduire leur exposition aux ondes électromagnétiques. Ces recommandations intègrent les informations suivantes :

- tous les mobiles Orange respectent les recommandations internationales de l'ICNIRP et ont un DAS inférieur à 2W/Kg. Les autorités sanitaires considèrent qu'à ce jour, il n'y a pas d'effets sanitaires en dessous de 2W/kg.
- si les utilisateurs souhaitent à titre personnel, réduire l'exposition aux OEM, l'utilisation d'un kit oreillette peut fournir plus de confort et réduire l'exposition de la tête.
- pour les parents qui souhaitent donner un mobile à leurs enfants, certaines autorités sanitaires recommandent une utilisation modérée comme précaution.
- la qualité de réception peut être vérifiée par le nombre de barres sur son mobile.
- dans certains endroits ou dans certaines situations, comme l'avion et certaines parties de l'hôpital, l'utilisation du mobile est restreinte et il est demandé aux utilisateurs de téléphones mobiles de respecter les règles locales et d'éteindre leur téléphone lorsqu'il l'est demandé.
- les lois dans certains pays pénalisent l'utilisation du mobile en conduisant mais permettent l'utilisation responsable sans prise en main. Il est préférable de se garer sur une place sûre pour recevoir ou émettre ses appels.

Toutes nos filiales se sont engagées à communiquer ces recommandations d'usage à leurs clients, soit sur leur site Internet, soit via des supports de communication adaptés dans les points de vente.

promouvoir des principes d'achats responsables

nos ambitions :

- maîtriser les risques éthiques et environnementaux liés à nos achats
- contribuer à une meilleure prise en compte des principes de développement durable par nos fournisseurs et sous-traitants
- développer les achats de produits plus respectueux de l'environnement

La démarche de responsabilité d'entreprise du Groupe s'exerce aussi dans ses relations avec les fournisseurs. Nous accordons une vigilance particulière aux pratiques de nos fournisseurs et sous-traitants, et intégrons des critères environnementaux et éthiques dans nos processus de sélection et d'évaluation. Conscients du poids que notre dimension internationale nous confère, nous cherchons aussi à exercer une influence positive en incitant nos partenaires à développer des produits plus respectueux de l'environnement.

un processus achat structuré

Le Groupe France Télécom a un processus achat en 7 étapes allant de la segmentation de la catégorie d'achat à la mesure de la performance des fournisseurs. Selon les étapes, différentes actions structurées sont mises en œuvre pour la réalisation des projets d'achat.

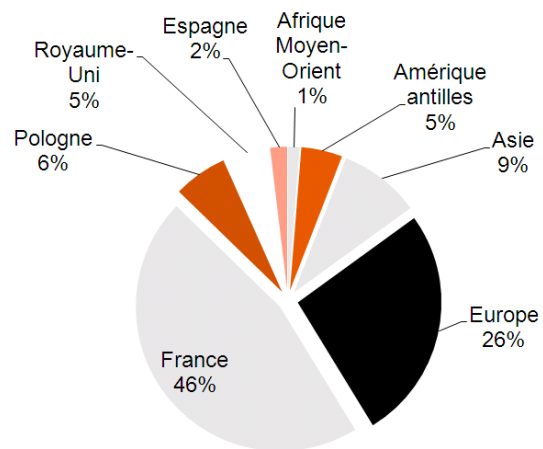
l'évaluation des performances

Outre le triptyque qualité-délais-coûts, l'évaluation des fournisseurs tient notamment compte :

- du respect des lois et réglementations applicables ;
- du respect des règles de confidentialité, de loyauté et de sous-traitance ;
- de l'existence d'engagements et de principes d'action clairement formalisés ;
- de leur consommation d'énergie et de ressources naturelles ;
- des actions de maîtrise des risques environnementaux et sociétaux.

Lors de la phase de consultation, des questionnaires adaptés aux catégories d'achat sont proposés. Ces questionnaires portent sur l'organisation et la localisation des fournisseurs, et les processus mis en œuvre afin d'en déterminer les risques environnementaux et sociétaux. Leur analyse alimente en particulier la cotation des offres et les négociations nécessaires.

répartition des volumes d'achats* 2008 selon la localisation géographique du fournisseur signataire



* concerne les 350 principaux fournisseurs du Groupe

chiffres clefs 2008

Sur une base de 350 fournisseurs, suivis avec l'outil QREDIC®, ayant un périmètre d'achat Groupe (soit 80% des achats du Groupe) :

79% des fournisseurs ont mis en œuvre un système ou des dispositions de management environnemental

70% ont un système de management de l'environnement certifié ISO 14001 ou EMAS

25% ont des dispositions sociales reconnues par un certificat, label ou agrément (OHSAS 18001*, SA 8000* ou ILO OSH 2001*)

des exigences contractuelles

Tous nos contrats avec les fournisseurs référencés au niveau du Groupe (soit 80% de nos achats totaux) contiennent une clause « Pratiques éthiques - responsabilité d'entreprise ».

Afin de promouvoir une amélioration de la performance environnementale des produits et services distribués dans le Groupe nous intégrons progressivement dans nos appels d'offre et contrats avec les constructeurs la fourniture de données sur les consommations d'énergie des équipements et les émissions de CO₂ liées à la fabrication, à la distribution et à l'utilisation des produits.

un suivi de la performance globale

En suivi du contrat, l'outil QREDIC[®] permet depuis 2004 de mesurer la performance globale (économique, environnementale, sociale) des fournisseurs, intégrant leur comportement éthique. Cet outil est déployé sur l'ensemble des contrats référencés au niveau du Groupe, soit 80% de nos achats totaux. Chaque contrat est évalué une à deux fois par an, avec l'appui des entités concernées. Les résultats sont présentés aux fournisseurs et donnent lieu si nécessaire à la définition de plans de progrès. Déjà mis en œuvre sur les contrats locaux en France, au Sénégal, au Royaume-Uni et en Slovaquie, ce dispositif sera étendu progressivement aux contrats d'autres pays en 2009.

une sensibilisation des acteurs internes

Le bon déploiement de notre politique d'achats responsables repose aussi sur la sensibilisation des acteurs impliqués dans le processus achat (acheteurs, donneurs d'ordre). La participation de 52 acheteurs et juristes Groupe et France au module de formation intitulé « achats et développement durable » a permis d'échanger avec eux sur les problématiques réglementaires liées à la mise en œuvre des directives européennes telles que la directive DEEE* (relative aux Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques). Des formations aux principes de responsabilité d'entreprise et de développement durable ont aussi été dispensées aux acheteurs en Pologne, en Slovaquie et en Roumanie.

des liens renforcés avec nos fournisseurs clefs

Nous déployons un programme visant à renforcer la collaboration avec nos fournisseurs clés et stratégiques pour développer avec eux et avec l'ensemble des acteurs du Groupe une approche moyen terme permettant d'améliorer en commun la génération de valeur.

Cette démarche permet aussi de renforcer notre connaissance des fournisseurs sur les thèmes de la gouvernance, du développement durable et de la maîtrise de leur chaîne de sous-traitance.

nos réalisations 2008

une clause renforcée

La clause 'Éthiques et environnement' est devenue en 2008, la clause « Pratiques éthiques – responsabilité d'entreprise ». Pour renforcer la mise en œuvre de l'accord signé en 2006 avec l'UNI (Union Network International) sur les droits humains fondamentaux, cette clause intègre désormais les 5 conventions fondamentales de l'OIT (Organisation Internationale du Travail) sur le travail forcé, le travail des enfants, la lutte contre les discriminations.

développer les achats «verts»

En 2008, afin de lancer l'affichage écologique en France sur une trentaine de produits, nous avons renforcé la collaboration avec les fournisseurs d'équipements pour obtenir les informations nécessaires. Ce travail conjoint est une première étape réussie pour permettre au Groupe de favoriser l'achat de terminaux téléphoniques plus respectueux de l'environnement.

réglementation REACH

Le Groupe a mis en place une démarche pour assurer la conformité de ses activités au règlement européen REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) qui passe par une approche systématique de nos fournisseurs.

En particulier, pour répondre à nos obligations, nous avons établi un questionnaire Web permettant d'interpeller tout fournisseur en cas de demande d'un consommateur sur la présence d'une substance figurant sur la liste candidate publiée le 28 octobre 2008, dans une concentration supérieure à 0,1%.

achats en Chine : une démarche renforcée

Depuis plus de quatre ans, notre bureau des achats en Chine, implanté à Pékin, a acquis une expertise forte sur différentes commodités dont notamment celle des terminaux. Parallèlement, il a développé sa connaissance du contexte industriel et social chinois tout en construisant une relation étroite avec les principaux fournisseurs. Le bureau Chine a également pour mission d'assurer une veille de l'innovation, et de développer la sensibilité de nos fournisseurs à la Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE). Après avoir mené conjointement une campagne d'audits qualité fin 2007 et en 2008, le bureau des achats Chine et le département Développement de la Performance des Fournisseurs ont décidé de sélectionner un prestataire local pour conduire ces audits à partir de début 2009 sur une large gamme de produits comme les terminaux fixes et mobiles, les Livebox, les accessoires, les cartes électroniques, les antennes ou encore les objets promotionnels.

notre feuille de route 2009

Objectifs	Échéance
sécurité et protection des données privées	
Renforcer la sécurité dans les offres	2009
Renforcer la prise en compte des risques pays	2009
Rendre obligatoire l'utilisation de solutions de chiffrement et d'authentification forte pour les données sensibles dans toutes les entités	2009
qualité de service	
Renforcer le suivi des performances en matière de qualité de service	2009
Rendre publique la mesure des taux de contact client (appels aux centres d'assistance technique) dans les 4 pays principaux	2009
Poursuivre le déploiement des plans d'actions destinés à améliorer la qualité de service	2009
Intégrer la simplicité le plus en amont de la conception des produits en faisant intervenir des ergonomes	2009
relations sociales	
Finaliser la mise en place du Comité de Groupe Monde	2009
développement des compétences	
Poursuivre le développement des parcours de professionnalisation	2009
Anticiper l'accélération des départs en retraite à partir de 2012 : - Renforcer les recrutements sur les fonctions stratégiques - Augmenter de 25% le nombre de contrats d'apprentissage et de professionnalisation (4 500 en 2009)	2009-2012
santé sécurité	
Mettre en œuvre le cadre de référence Groupe en matière de santé-sécurité au travail dans les différentes entités du Groupe en définissant des plans d'actions locaux	2009
Favoriser l'échange de bonnes pratiques entre les entités en matière de gestion du stress	2009
diversité	
Déployer une politique d'égalité professionnelle hommes-femmes dans tous les pays	2009-2010
Dans chaque pays, identifier un deuxième sujet d'intérêt en matière de diversité et mettre en place un plan d'actions	2009-2010
Mettre en place le reporting diversité dans toutes les entités du Groupe	Fin 2009
Développer le dispositif de "shadowing" au niveau européen pour promouvoir les carrières scientifiques et techniques auprès des femmes	2009
protection des mineurs	
Poursuivre le déploiement dans toutes nos entités des mesures recommandées par le cadre de référence européen pour un usage plus sûr du téléphone portable par les enfants et par l'alliance GSMA pour la lutte contre la pornographie enfantine	2009
Mettre en place un groupe de travail pour établir des recommandations sur les nouveaux usages (réseaux sociaux, jeux en ligne, blogs...)	2009
Poursuivre les actions d'information des enseignants sur un usage sûr d'internet dans nos entités européennes	2009
communication responsable	
Mettre en place un groupe de travail pour définir des lignes directrices Groupe sur la communication responsable	2009
ondes électromagnétiques	
Poursuivre le déploiement de la politique Groupe sur les ondes électromagnétiques dans toutes les entités	2009
Généraliser l'affichage des DAS* des téléphones mobiles distribués sur les sites web Orange, dans les notices d'utilisation ou dans les boutiques Orange, pour les principales entités du Groupe	2010

Objectifs	Échéance
Mettre à disposition des clients des informations sur le bon usage des téléphones mobiles sur les sites Web des filiales du Groupe ou dans les boutiques Orange	2010
achats responsables	
Intégrer un volet « économie d'énergie et développement durable » lors des réunions avec les fournisseurs	2009
Adapter la clause pratiques éthiques – responsabilité d'entreprise aux pays émergents (Asie/Inde) pour une meilleure compréhension des engagements du Groupe	2009
Introduire des critères environnementaux dans le choix des terminaux mobiles distribués par le Groupe	2009
Déployer l'outil QREDIC®, processus de mesure de la performance des fournisseurs, pour les contrats locaux d'autres pays	2009/2010